

主席報告書



致各股東：

本人很榮幸向各位提呈自財政年度結算日期由十二月三十一日更改為五月三十一日，並由二零零二年生效的首份財務報告。

「更改財政年度結算日期能提升效率及透明度，亦可更好的配合集團運作。」

更改財政年度結算日期與集團的控股公司聯洲國際集團（「聯洲國際」）行動一致，聯洲國際為一間多品牌時尚配飾企業，於香港聯合交易所上市。更改旨在提升運作效率，繼而在中期業績及全年業績公佈中提供一個更平均的財政狀況報告。這有助進一步提升透明度及更佳的企業管治，為集團及業務關連者帶來利益。

「世界經濟下滑，集團把握時機鞏固業務，準備隨時迎接及駕馭經濟復甦帶來的增長。」

世界經濟自「九一一」事件以來下滑，甚至瀕臨衰退邊沿。其中不少行業的收入及利潤急跌，其中珠寶行業收入平均下跌超過30%。

截至二零零二年五月三十一日止十七個月的營業額為856,000,000港元(二零零零年：671,000,000港元)。營運收益為68,000,000港元(二零零零年：64,000,000港元)。股東應佔溢利達42,000,000港元(二零零零年：43,000,000港元)，股東權益為406,000,000港元(二零零零年：337,000,000港元)。

「知名品牌組合為日後業務發展建立平台。」

集團二零零一 / 二零零二年的全年平均營業額與二零零零年相比，錄得少於10%的輕微跌幅，較業內平均表現為優。自集團於一九九八年七月上市至二零零零年，集團致力發展知名的珠寶品牌的組合包括Esprit、Goldpfeil、Kazto、Jacquelin、Pierre Cardin和Yamato Perlen，藉以增強集團的核心業務發展。

为了更好的迎接經濟衰退期間帶來的挑戰，二零零一 / 二零零二年集團專注產品及業務發展。回顧業績，這個發展策略證明是合適的，而集團並沒有捲入收購一些價值被高估，但具潛力之業務或品牌的瘋狂熱潮中。

「JOOP!、MEXX及Abel & Zimmermann成為品牌組合中的最新成員。」

期間，我們獲得JOOP!的獨家珠寶特許權，集團亦獲授於德國及奧地利MEXX珠寶之分銷權及Abel & Zimmermann高貴珠寶的品牌的加入以壯大品牌組合。

JOOP!在德國(歐洲)發展蓬勃，於開拓亞洲市場的潛能無限。德國品牌Abel & Zimmermann成立於一八八五年，六成收入來自美國，四成源自歐洲，這對集團拓展美國高級珠寶市場大有幫助。這個品牌與Kazto及Jacquelin系列的概念相輔相成。這些優質品牌將陸續推出給廣大的顧客，協同作用會隨之而來。

MEXX乃一中價時尚生活品牌，為集團的品牌組合帶來別具一格的時尚元素。

「Goldpfeil珠寶系列以Goldpfeil奉行的「以消費者為中心」的策略為基礎，提升業內「以顧客為本」的概念，將Goldpfeil推致為一知名的國際時尚品牌。」

「JOOP! 特許權及MEXX的代理權與集團的策略十分配合，證明集團在時尚為主導的珠寶市場中為創造潮流者的地位。」

「垂直綜合商業模式讓集團在經濟下滑時仍能穩步向前，亦為經濟好轉時提供一個強勁的發展平台。」

在Goldpfeil Geneve腕錶系列廣獲各界熱烈歡迎的同時，Goldpfeil高貴珠寶系列將於二零零二年第四季面世。屆時正好與Goldpfeil Geneve腕錶一起滿足專業人士及有品味人士對名貴珍品的渴求。這個珠寶系列以Goldpfeil奉行的「以消費者為中心」的策略為基礎，為消費者提供更超值的產品和服務。我們會繼續努力創新產品，令顧客獲得更優質的享受，並作好準備全情投入推出優質和創意盎然的產品及服務，超凡的購物樂趣，以發展Goldpfeil為一個真正的國際時尚品牌。

二零零一/二零零二年集團繼續運用於歐洲作為潮流創造者的優勢，積極在設計、製造及分銷創新、高質素珠寶各方面做出佳績。Esprit珠寶在德國時款珠寶類別中，連續第四年被德國零售商選為二零零一年最佳珠寶之頭三名，再一次證明集團在時尚配飾業中穩坐潮流創造者的位置。在二零零二年二月舉行的Inhorgenta展覽會(德國最大型的鐘錶及珠寶展)和本年四月舉行的巴塞爾展覽會(全球最大型的鐘錶及珠寶展)上，Esprit珠寶在時款珠寶類別中獲得高度評價。MEXX珠寶及JOOP!珠寶在以上展覽會中亦大獲好評，這正好反映集團為追求時尚珠寶的顧客創造潮流。

集團於德國(Abel & Zimmermann)、泰國(Keimothai)、香港(Oro Design)、中國(Speidel)和美國(Egana Jewelry)成立產品發展及/或生產設施，以應付集團於德國、奧地利、意大利、美國、日本、香港、泰國及印度的分銷業務，及遍佈全球四十個國家的策略分銷商 / 伙伴的需要。垂直綜合商業模式讓集團能在回應市場的轉變時更具成本效益。最近，集團與一間以色列鑽石供應商集團合作，為銷售到美國市場的高級珠寶產品的生產提供強大的支援。在中國，集團新開設了一所擁有Speidel生產技術的珠寶廠房，以配合預期擴張的亞洲市場對純銀、時款精巧珠寶的需求。

「作好準備將歐洲的驕人成績伸延至亞洲及美國。」

現時，集團81%的收入來自歐洲，6%和13%分別來自亞洲及美國。

集團擁有國際化的品牌組合(預期會受美國及亞洲顧客的歡迎)，在歐洲帶來高成效的推廣計劃(可以隨時引用於美國及亞洲)及能應付不同地區的需求的生產設施，集團已作好準備抓緊中國加入世界貿易組織及美國龐大市場帶來的商機。

集團十分高興過去三年開拓美國市場所用的推廣活動及市場發展的開支現正獲得回報。二零零二年首五個月的業績顯示，美國業務已為集團帶來利潤，而各項長遠計劃亦已與當地的銷售網絡建立了聯繫。

「中期目標是提高亞洲及美國收入至各佔整體25%。」

作為聯洲國際集團的珠寶業務部門，集團可以享有聯洲國際於歐洲實行的效率提升計劃所帶來的效益，這對集團在擴展至亞洲及美國時在成本方面更具競爭力。中期目標是於三至四年內提高亞洲及美國的收入至各佔整體25%，而集團的收入會因而倍增。

「聯洲國際集團實行的效率提升計劃進一步使集團在日後擴展業務時在成本方面更具競爭力。」

效率提升計劃包括成立新科技及支援中心，處理供應鍊管理的運作(包括珠寶業務運作)，及將位於德國的五個業務據點統一，預期在行政及管理各方面帶來正面的影響。這與集團不斷進步的理念一致。

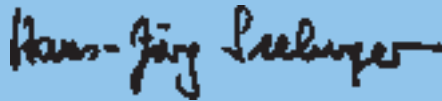
二零零一 / 二零零二年的營運收入為68,000,000港元(二零零零年：64,000,000港元)，隨著實行效率提升計劃、生產效率的改善及業務增長所帶來的協同效益，營運收入預期會漸漸提高。

「目標：成為具領導地位的多品牌珠寶企業，並爭取雙位數字增長的股東價值。」

集團承諾會全力追求訂立的目標，就是成為具領導地位的多品牌珠寶企業，並為股東權益帶來雙位數字的增長。期間，

股東應佔溢利為42,000,000港元，於二零零二年五月三十一日的股東權益為406,000,000港元，為一九九八年上市時的四倍。集團在發展業務的同時，會致力創造機會，運用現有的內部資源以盡量提升集團國際品牌組合的潛力及尋找有實力的策略伙伴。為了提升集團在業內的地位，集團將會透過提供優質的產品、客戶服務、增值活動及於核心業務中，以不斷創新能力的優勢，達致長遠業務增長及保持競爭優勢的目的。

本人謹代表董事會向全體員工致以最深的感謝。在他們的不斷支持下，集團的業務定能蒸蒸日上。



主席兼行政總裁

史璧加

香港，二零零二年九月十九日